

Грин Надежда Васильевна,
к.филол.н, доцент, Ангарский государственный технический университет,
e-mail: fwarrior@mail.ru

СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Grin N.V.

MASS COMMUNICATION MEDIA IN THE MODERN WORLD

Аннотация. Национальным богатством любого общества становятся его интеллектуальные ресурсы. В связи с этим, в информационном обществе нельзя не учитывать влияние средств массовой коммуникации на развитие личности.

Ключевые слова: средства массовой коммуникации, образование, воспитание, информация.

Abstract. The national wealth of any society is its intellectual resources. In this regard, in the information society it is impossible not to take into account the influence of mass media on the development of personality.

Keywords: mass communication media, education, upbringing information.

Возможности последнего десятилетия XX века и начало XXI века в области коммуникации с помощью медиа постоянно расширяются. Сегодня трудно себе представить нашу жизнь без печатной продукции, телерадиовещания, кинематографа, видеозаписей и системы Интернет. Массмедиа проникают во все сферы человеческой деятельности.

Национальным богатством любого общества становятся его интеллектуальные ресурсы. В связи с этим, в информационном обществе нельзя не учитывать влияние средств массовой коммуникации на развитие личности.

Современное информационное общество требует не просто «человека образованного», а «человека культуры», с глубокими знаниями не только в своей профессиональной деятельности, но и знаниями и умениями в смежных областях, в умении контролировать поток информации, в умении критически и творчески использовать ее, в способности и готовности должным образом реализовать свои природные задатки [1].

Проведенные исследования позволили сделать вывод о том, что образование и воспитание должны быть тесным образом связаны с использованием современных информационных технологий и средств массовой коммуникации. Большинство российских граждан не готово к полноценной жизни в информационном обществе, им недостает соответствующих знаний и умений в области медиа.

Э. Разлогов считает, что эпоха бурного развития средств массовой коммуникации, которые включают в себя печать, прессу, телевидение, кинематограф, радио, мобильный телефон сместили акценты в сторону развлекательности, зрелищности [5].

По мнению А.П. Короченского средства массовой информации оказывают огромное влияние на свою аудиторию, воспитывают ее [4]. Однако, как отмечалось выше, содержательная сторона многих средств массовой коммуникации направлена не на воспитание человека «высокой культуры», а на получение удовольствий, безмятежного погружения в мир иллюзий.

Мнение А.П. Короченского разделяет С.Г. Корконосенко, отмечая, что, отдавая предпочтение бесплатным изданиям, аудитория находится под влиянием навязанных и поверхностных представлений о мире [3].

Современные средства массовой коммуникации значительно отличаются от тех, которые существовали в советские времена. СМК того времени находились под строгим и жестким контролем руководства страны. Вся информация проходила жесточайшую цензуру и только после одобрения политическими идеологами страны вещалась на всю страну.

Средства массовой коммуникации напрямую влияют на процессы, происходящие в мире, на мировой рынок труда, на международные контакты в области культуры и образования.

Многие исследователи отмечают, что средства массовой коммуникации зачастую агрессивно воздействуют на сознание и психику людей, в особенности детей, подростков, молодежи. С этим нельзя не считаться, необходимо системно и грамотно выстраивать отношения потребителей информации со специфическими ресурсами газет, журналов, радио, ТВ, кино, видео, системы Интернет. Нельзя не согласиться с Н.Б. Кирилловой, по мнению которой «потреблению» информации надо учить продуманно и терпеливо [2].

ЛИТЕРАТУРА

1. Запевалина, О. В. Современный мир и средства массовой коммуникации / О. В. Запевалина // Медиаобразование: от теории – к практике. 2008. – С. 103-109.
2. Кириллова, Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. – М. : Академический проект, 2005. 448 с.
3. Корконосенко, С. Г. Основы журналистики: учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Корконосенко [и др.]; под редакцией С. Г. Корконосенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. 332 с.
4. Короченский, А. П. Медиаобразование в России: не только внешние трудности и препятствия / А. П. Короченский // Медиаобразование. – 2005. – № 3. С. 78-84.
5. Разлогов, К. Э. Что такое медиаобразование? / К. Э. Разлогов // Медиаобразование. – 2005. – № 2. С. 52-58.